



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADEMICA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Imagen Corporativa de la Municipalidad Provincial de Contumazá -
Cajamarca en el año 2018.

TESIS PARA OBTENER EL TITULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

AUTOR.

Alberto Alonso Lázaro Chigne

ASESORA METODÓLOGA:

Dra. Olenka Ana Catherine Espinoza Rodríguez

ASESOR ESPECIALISTA

Mg. Gustavo Ugarriza Gross

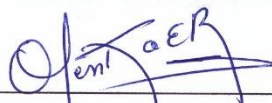
LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Marketing

TRUJILLO- PERU

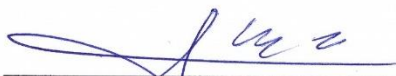
2018

Página del Jurado



Dra. Olenka Ana Catherine Espinoza Rodríguez

Presidente



Mg. Gustavo Ugarriza Gross

Secretaria



Mg. Francisco Vigo López

Vocal

Dedicatoria

Dedico este proyecto de investigación principalmente a Dios, por haberme dado la vida y permitirme el haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación profesional.

A mis padres Alberto Lázaro Figueroa y Milena Chigne Cotrina, por el gran apoyo incondicional durante el tiempo que escribía esta tesis.

A mi novia Lourdes y a mi hija Amy Valentina quienes fueron mi razón para terminar mi carrera profesional.

A mi familia que con un granito de arena me apoyaron en terminar esta tesis, Jorge, Magaly, Nelly, Rosa, Pedro y Alejandra y en especial a mis abuelos Rosas y Agustín que me guían desde el cielo.

A mis maestros que nunca desistieron al enseñarme, aun sin importar que muchas veces no ponía atención en clase, a ellos que continuaron depositando su confianza en mí.

A todos los que me apoyaron para escribir y concluir esta tesis.

Para ellos es esta dedicatoria de tesis, pues es a ellos a quienes se lo debo por su apoyo incondicional.

Agradecimiento

A mis docentes,
por su apoyo académico
y su incommensurable paciencia

Declaratoria de autenticidad

Yo Alberto Alonso Lázaro Chigne con DNI N° 71203715, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Administración, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo. Asimismo, autorizo a la Universidad Cesar Vallejo a publicar mi tesis en caso lo crea conveniente.

Trujillo, 7 Julio del 2018



Alberto Alonso Lazaro Chigne

Dni:71203715

Presentacion

Señores miembros del jurado:

En cumplimiento con las disposiciones vigentes para la obtención de Grados y Títulos de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Cesar Vallejo, someto a vuestra consideración la presente tesis titulada Imagen Corporativa de la Municipalidad Provincial de Contumazá -Cajamarca en el año 2018.

Esperando que el presente sea de vuestra aprobación.

Atentamente

El autor

Índice

Página del Jurado.....	¡Error! Marcador no definido.	ii
Dedicatoria.....		iii
Agradecimiento		iv
Declaratoria de autenticidad	¡Error! Marcador no definido.	
Presentacion.....		vi
Índice		vii
Resumen		viii
Abstract.....		ix
I. Introducción.....		11
1.1.Realidad problemática		11
1.2.Trabajos previos.....		13
1.3 Teorías relacionadas al tema.....		18
1.4 Formulación del problema		27
1.5 Justificación del estudio.....		27
1.6 Hipótesis		27
1.7 Objetivos.....		28
II. Método		30
2.1 Diseño de Investigación.....		30
2.2 Variables y Operalización de variables		31
2.3 Población y Muestra		33
2.4Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.....		34
2.5 Métodos de análisis de dato.....		35
2.6 Aspectos Éticos.....		35
III.Resultados.....		37
IV. Discusión de resultados		61
V. Conclusiones.....		65
VI. Recomendaciones		67
VII.Propuesta.....		69
VIII. Referencias		75
Anexos.....		

Resumen

El presente estudio tuvo por objetivo determinar la imagen corporativa de la Municipalidad Provincial de Contumazá-Cajamarca 2018. El tipo de investigación no experimental, cuyo diseño fue descriptivo. La población estuvo conformada por los habitantes del distrito de Contumazá-Cajamarca con una muestra de 347 usuarios. Se aplicó la técnica de la encuesta y el instrumento del cuestionario conformada por 22 ítem respectivamente para medir la imagen corporativa de la Municipalidad. Se evidencia una mala percepción de la población estudiada acerca de la imagen corporativa de la Municipalidad Provincial de Contumazá-Cajamarca 2018, por tanto se comprueba la hipótesis La imagen corporativa de la Municipalidad Provincial de Contumazá-Cajamarca es mala.

Palabras clave: Imagen corporativa, Municipalidad.

Abstract

The objective of this study was to determine the corporate image of the Provincial Municipality of Contumazá-Cajamarca 2018. The type of non-experimental research, whose design was descriptive. The population was conformed by the inhabitants of the district of Contumazá-Cajamarca with a sample of 347 users. The technique of the survey and the instrument of the questionnaire formed by 22 items were applied respectively to measure the corporate image of the Municipality. There is evidence of a bad perception of the population studied about the corporate image of the Provincial Municipality of Contumazá-Cajamarca 2018, therefore the hypothesis is verified. The corporate image of the Provincial Municipality of Contumazá-Cajamarca is bad .

Keywords: Corporate image, Municipality.

I.Introducción

I. Introducción

1.1. Realidad problemática

Las municipalidades distritales y provinciales son bases de los gobiernos que promueven el desarrollo social, con personal apto para el cumplimiento de sus normas y plena capacidad para afrontar dichas tareas.

Los gobiernos locales manejan problemas en sus elementos importantes: organización, territorio y población. El mayor problema que se presenta es la imagen que tiene hacia su población, ya que las estadísticas hechas por empresas privadas, la mayoría de la población tiene una mala imagen de sus autoridades locales y esto repercute a toda la institución.

Para mantener nuestra imagen tenemos que contar con un cuidado extremo, ya que, en la sociedad, donde cada individuo tiene en su bolsillo un grabador de voz, que a la vez es una cámara de video, cualquier actuación indeseada puede ser vista y subida rápidamente a las redes sociales, arruinando para siempre una imagen y reputación construidas a lo largo de los años.

La municipalidad provincial de Contumazá se encuentra con una problemática de nivel de imagen, se observa que la mayoría de las vacantes para trabajos en la municipalidad son ocupados por gente de confianza del alcalde, y que no tienen la educación, ni el nivel académico adecuado ni competente para ocupar dichas plazas, por lo que dificulta y retrasa la labor que se desempeña para una buena atención a la población es por eso que algunos pobladores sienten el fastidio por no ser atendidos como se corresponde esto ha hecho que la imagen de la municipalidad pierda un poco de prestigio dada las quejas de la gente que acude a menudo a realizar sus trámites correspondientes.

El propósito de esta investigación, es saber lo que la población contumazina percibe y opina acerca de la imagen corporativa de la municipalidad provincial de Contumazá-Cajamarca si tiene la confianza de la comunidad total. Es por eso que, los detractores salen a la luz ante tales falencias que existen en el pueblo al ir a realizar sus respectivos trámites.

Luego de haber explicado a la brevedad la realidad problemática se han formulado las siguientes preguntas de investigación:

¿Qué percepción han tenido los pobladores de la provincia de Contumazá sobre la imagen corporativa?

¿Cuál es la imagen corporativa de la municipalidad provincial de Contumazá?

¿Cómo es el plan de mejora para poder mejorar la imagen de la municipalidad provincial de Contumazá?

1.2. Trabajos previos

Call (2011) en su tesis El impacto generado por la estrategia de imagen institucional de la Universidad Doctor José Matías Delgado, la investigación realizada teniendo como objetivo indagar mas sobre la imagen corporativa que viene tomando importancia gracias al cambio acelerado de las comunicaciones que va creando varios cambios en el mundo de los negocios. Para hoy la publicidad y promociones no son suficientes. Las estrategias comunicativas no deben centrarse en decir lo esencial de el producto o servicio, ya que ahora las competencias son muy duras y las nuevas tendencias de la calidad han resultado en la homogenización de los mismos. La competencia que existe hoy en dia en el mercado de servicios educativos resulta ser una de las razones por la cual la Universidad Doctor José Matías Delgado debe hacer énfasis en la proyección de una imagen positiva para influir en la opinión que el público objetivo tiene acerca de la institución. La estrategia de imagen institucional es una herramienta que busca influir positivamente en la percepción de un público específico o general acerca de una entidad que tenga participación en el ámbito económico o social. Dicha estrategia debe estar diseñada de tal manera que se logre proyectar al público deseado una imagen favorable. Aunque la opinión que se genera en el público es completamente subjetiva, ésta se ve moldeada por hechos reales. Entonces, la opinión que tenga cierta persona o público en general, se ve afectada directamente por la configuración de elementos objetivos de una institución, como por ejemplo comunicación institucional, realidad institucional y esfuerzos que giren en torno a la proyección de algo real para influir en los fenómenos de opinión. (p.11)

Knapps y Cobelo (2013) en su tesis Imagen Corporativa del Restaurant Bar San Roque La imagen corporativa es la percepcion visual de cada persona sobre una corporacion o empresa. Cada individuo resalta una imagen acerca de un negocio, de acuerdo a las experiencia que a tenido en muchos momentos vividos; ejem: referencias ,publicidad , las vivencias que a llevado con la organizacion. De acuerdo a este tema investigado se hicieron unos cuestionamientos ¿Cuál es la imagen corporativa que ven los clientes del Restaurant “Bar San Roque”? donde formulamos el objetivo de analizar la imagen corporativa proyectada por el Restaurant “Bar San Roque”. Para investigadores son Capriotti (1999) , Costa (1977), Sánchez y Pintado (2009), Arranz (1997) entre otros. La metodología se basa con un diseño no experimental de alcance descriptivo. Los tres instrumentos utilizados de tipo cuestionario son escala de Lickert, selección múltiple y preguntas dicotómicas; tambien la entrevista fue analizada por por preguntas semiestructuradas y el análisis de camaras fotograficas. En conclusión, como aun hay algunos detalles por mejorar,por ejemplo:el trato empleado-cliente, la imagen que se percibe por el público externo es bien vista, ya que se considera que cuenta con servicios de calidad, simbolizada por valores familiares y que mantiene su entorno tradicional, convirtiendose en un gran restaurant distinguido . (p.12)

Ortiz (2014) en su tesis Construyendo imagen corporativa desde la cultura organizacional en eléctricos y ferretería delta ltda el objetivo de esta tesis es hacer ver que la imagen corporativa de las organizaciones se fortalecen a través del clima organizacional comunicativa. De igual manera, tenemos que anotar ante la globalización, el exito de las organizaciones no solo depende de lo economico tambien existen algunos factores con los que la empresa necesitan para su crecimiento : gestión y planificacion integral de la imagen corporativa, el cual nos lleva a mejoras estratégicas a seguir, para lograr una imagen corporativa positiva, que pueda generar valor agregado en el servicio prestado a los clientes y

gestión en general, sino que contribuya a la formulación de una personalidad integral que las haga únicas ante las demás, no sólo por sus productos o servicios pues la mayoría de las ferreterías tienen un inventario similar, sino por los atributos y valores diferenciales que las caracteriza y que deberán ser concientizados y puestos en práctica, en especial por los cuadros superiores, con la finalidad de ser modelos para involucrar a los integrantes de éstos negocios para actuar conforme una cultura de comunicación y de cambio estratégico. (p.2)

Del Águila (2016) en su tesis Calidad de servicio e imagen corporativa percibida por los usuarios de la Municipalidad Provincial de Trujillo, año 2016, la presente investigación tuvo como finalidad determinar si existe relación entre la calidad de servicio y la imagen corporativa de la Municipalidad Provincial de Trujillo en el año 2016. El método utilizado consistió en un diseño no experimental correlacional, estuvo conformada por una muestra de 385 usuarios. Se utilizó el instrumento ZERQUAL para medir las percepciones que tiene los usuarios sobre la calidad de servicio que ofrece la Municipalidad y para la imagen corporativa se elaboró una encuesta conformada por 6 ítems respectivamente, para medir las características percibidas de la organización se adaptaron las escalas al contexto de la investigación. Asimismo para evaluar la relación de estas dos variables se utilizó el programa SPSS con la correlación de Spearman. Se concluyó que existe una relación positiva alta entre dichas variables, ya que el valor de spearman fue de 0.722. (p.7)

Gamboa y Torres (2013) en su tesis Estudio descriptivo acerca de la imagen corporativa en instituciones de salud públicas y privadas de las enfermeras y encargados de selección de personal, esta investigación se dirige a la evaluación de la imagen corporativa que nos muestran las enfermeras(os) de organizaciones e instituciones de salud públicas y privadas, según los encargados de selección, qué atributos de la imagen corporativa de estas instituciones son relevantes para atraer, seleccionar y retener enfermeras. Para esto, se realizaron entrevistas semidirigidas a 8 enfermeras, 2 estudiantes de Enfermería y 3 encargados de selección. Los resultados que nos arrojaron las entrevistas nos dicen que los atributos de la imagen corporativa de instituciones de salud que consideran las enfermeras en su decisión se relacionan con la impresión que tienen acerca de la remuneración, posibilidad de aprendizaje, recursos, tipo de paciente, rol de la enfermera, clima laboral, carga asistencial, beneficios, prestigio y estructura organizacional. Los encargados de selección han encontrado atributos parecidos a las enfermeras y destacan la importancia de adaptar y flexibilizar sus procesos en base a las características personales de los postulantes y objetivos organizacionales. (p.10)

Quispe (2014) en su tesis Clima laboral y percepción de la imagen corporativa en el IEST público, esta investigación estudia todo sobre el Clima laboral y percepción de la imagen corporativa en el “IEST” en el desarrollo del trabajo, busca dar a conocer el alcance del objetivo general y los específicos dados en nuestro proyecto de investigación en el que busca la posibilidad de determinar como es que el clima laboral impacta en la percepción de la imagen corporativa de la institución educativa en el que hemos desarrollado esta investigación. En conclusión ; ha de verse, que los estudiantes, profesores y personal administrativo del “IEST” encuestados por aleatorio simple, están disconformes con el clima laboral de la Institución con el porcentaje alto de desaprobación. Del mismo modo, la percepción de los estudiantes, profesores y personal administrativo sobre la imagen institucional es de alta desaprobación. (p.5)

Sánchez (2014) en su tesis La relación entre la comunicación interna y la imagen percibida por los usuarios de la municipalidad distrital de chocope – 2014 . Utilizando un sistema como el diseño descriptivo correlacional, ademas contamos con una encuesta y cuestionario de dos tipos para recolectar datos, validados por la aplicación del coeficiente de Alfa de Cron Bach. Consideramos como muestra de representacion a los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Chocope, conformada por 24 trabajadores, analizando la comunicación interna existente en la institución. Se consideró como una muestra para determinar la imagen que perciben los usuarios, a las personas entre las edades de 15 a 64 años, lo cual se estableció una muestra de 363 personas. Estos resultados han permitido analizar la comunicación interna de la Municipalidad y determinar la imagen que los usuarios perciben, con el fin de hacer una propuesta de mejora para la comunicación interna y que favorezca en la imagen de la institución en un aspecto positivo. De ésta manera se ha logrado determinar que el nivel de comunicación interna existente es regular, porque no existe un alto grado de identificación y pertenencia de los miembros, ni cooperación entre el personal y la comunicación es ineficiente. Esto genera un servicio deficiente a los usuarios, quienes al observar el comportamiento del personal y experimentar el servicio que brindan, perciben una imagen negativa de la Municipalidad. (p.4)

1.3 Teorías relacionadas al tema

1.3.1 La Imagen

1.3.2 Definición de Imagen

Es la conjugación de ideas por la que un objeto se conoce y como la gente la percibe , recuerda y relaciona. Se aplica a los fenómenos empresariales, nos dice que la imagen de las empresas u organizaciones, como la imagen de marca, es la base que surgen en el espíritu del público ante la evocación de una empresa o institución o de una marca, en su caso. Se trata, de una representación mentalmente que un individuo se hace de una organización empresarial, imagen corporativa, como reflejo de la cultura organizacional de la empresa en las percepciones del entorno tanto interna como externa. (Mayer,2002,p.25)

Según esta teoría Mayer define a la imagen en su perspectiva dándonos a entender que es la base de la percepción del público a lo que observa .

1.3.3 Definición de Imagen Corporativa

Nos define como un conjunto de significados que una persona asocia a una institución; para ser mas claros las ideas utilizadas para describir o recordar dicha institución. Dowling (2003) define la imagen corporativa como la impresión total (creencias y sentimientos) que una institución u organización genera en la mente de los públicos en general. (Leon,2009,p.37)

Esta definición habla sobre las creencias de las personas acerca de una imagen en pocas palabras la impresión que deja.

1.3.4 El concepto de imagen corporativa

Señala que la imagen corporativa es muy recurrente en el campo del marketing, como sabemos tiene la capacidad para influir en la percepción, actitud y comportamiento de los clientes con respecto a las empresas. Estas teorías nos hablan aspectos fundamentales sobre el nivel de imagen para saber los pasos fundamentales y así tener las bases del marketing y plantear los mejores definiciones. (Pérez,2009,p.22)

Este concepto habla de la influencia de la imagen corporativa en el marketing y así saber los pasos fundamentales para planterar mejores definiciones.

1.3.5 Imagen corporativa

En su libro planificación estratégica de la Imagen Corporativa en España; opina que cada vez mas se está reconociendo la importancia que tiene la imagen institucional para el logro de las metas trazadas de cualquier organización, sea privada o pública. Es aquella imagen que tienen los públicos acerca de una organización en cuanto entidad como sujeto social, la idea global que tienen sobre sus productos, sus actividades y su conducta, se pueden encontrar a muchos directivos diciendo “nuestra imagen es fundamental para nuestro negocio. concluye con la Imagen Corporativa como la base mental de una organización o institución que se forman sus clientes, como resultado final del procesamiento de toda la información relativa a la organización. Partiendo de la base de esa definición de Imagen Corporativa, de acuerdo a estos capítulos hemos intentado plantear, en una primera y general acercamiento. (Capriotti,2002,p.73)

Esta teoría nos habla de la importancia que viene teniendo el nivel corporativo en una empresa y organización llegando a sus metas y fortaleciendo más el sector .

Señala que en la actualidad es difícil definir la imagen corporativa debido a que todo lo que esta alrededor de una empresa o producto, hace incapie a su imagen. Para estos autores, la definición correcta de imagen corporativa es una representación mental que conforma cada individuo, formada por un puñado de atributos relacionadas a la compañía. (Pintado,2005,p.21)

Pintado habla sobre lo difícil de entender la imagen corporativa dado que es un pensamientos distinto de cada persona en relacion a lo que observa a cerca de una imagen.

La imagen corporativa es una idea que que determina el público sobre la empresa, dependiendo de las acciones que realice la entidad organizacional. El problema que tenemos que solucionar es que cada persona tiene un pensamientos distinto de lo que es una imagen dentro de una empresa, esta se va formarmando con todo tipo de entradas que van llegando a los diferentes públicos mediante las experiencias que han tenido estas personas con cada marca en particular y también por las diversas situaciones vividas por las demás personas. Así concluye que la gestión de la imagen corporativa representa una tarea permanente. (Quiroz,2008,p.75)

Esta teoría habla acerca del problemas que nos da al saber que cada persona tiene un concepto distinto a cerca de una imagen por sus vivencias o casualidades referentes a la imagen.

1.3.6 Imagen corporativa

Se refiere a la imagen que tiene toda la gente de una organización de acuerdo a su entidad. Es un plan globalizado acerca de sus productos, su conducta y actividades. La imagen corporativa es una mentalidad nueva de la empresa, que no busca presentarse como un ente economico, sino más bien como un integrante netamente de la sociedad. Definamos la imagen corporativa, como la estructura mental de la organización que se forman los públicos, como resultado del procesamiento de toda la información relativa a la organización. Concluyendo, imagen corporativa es un concepto de idea de percepcion y debe ser diferenciado con tres conceptos básicos: identidad corporativa, comunicación corporativa y realidad corporativa. (Larico,2015,p.16)

Esta definición señala que la imagen corporativa es una mentalidad estrategica para con la empresa, que nos busca dinero sino darse ver ante la sociedad que es un integrante mas.

1.3.7 Importancia de la imagen corporativa

Hace poco, un numeroso puñado de empresas dan a ver lo que significa la imagen corporativa. Una razón es el incremento de intereses de estudios de imagen . Una imagen corporativa con buena sensaciones, es fundamental para el éxito estrategico. Ya no es exclusividad del marketing, mas bien un instrumento estratégico de la alta dirección. Una imagen corporativa incentiva para la venta de productos y servicios. Sirve a la empresa para la contratación de empleados capacitados, ademas le es muy importante para agentes financieros y los inversores, generando confianza en el público y asi logrando los objetivos interno y externos. Una imagen corporativa firme nos da la autoridad a tal empresa, y forma la base para su éxito y continuidad. (Blauw, 1994). Una imagen corporativa firme crea un valor emocional añadido para una empresa y asegura que este delante de sus mas cercanos competidores. Una imagen corporativa firme es competitiva, es decir distintiva y creíble. (Brinkerhof,1990,p.66)

Este segmento habla de la importancia que tiene la imagen corporativa y como una buena imagen puede llevar al éxito a una empresa siempre y cuando tenga una percepción buena ante todos.

1.3.8 Estrategias de la imagen corporativa

Es el conjunto de acciones que una organización o institución pueda lograr una imagen intencional que favorezca la satisfacción de sus metas organizacionales. La imagen intencional coincide con el posicionamiento estratégico que es la imagen deseada por la organización. Para lograr una imagen intencional debemos conocer de qué punto partimos, cual es nuestra imagen actual; hay dos maneras o metodos para analizar la imagen corporativa: La auditora de imagen: Es una revision global de la organización, para detectar los puntos fuertes y débiles de su imagen corporativa. El observatorio permanente de imagen corporativa: Instrumento de evaluación de la imagen que combina una base de datos sobre nuestra empresa y sobre la de la competencia. (Alonzo,2014,p.54)

Estas estrategias nos hablan de dos metodos importantes para poder analizar de buena manera lo que es una imagen corporativa que son la auditoria de imagen y el observatorio permanente de imagen corporativa.

1.3.8 Medición de la imagen corporativa

Sostiene que la imagen es una definición mental, una idea que tiene la gente acerca de una empresa y marca. Así, Joan Costa nos dice que la imagen es una representación , en la memoria colectiva, de un estereotipo, este autor tiene como referencia la teoría psicológica de la percepción de la Gestalt y el modelo de comunicación de Shannon y toma como punto de partida el concepto gestáltico de la percepción. Para Marion, la imagen es la construcción forjada por un grupo de individuos, los cuales comparten un proceso común de representación. Este autor se apoya en la psicología

social cognitiva europea y tiene como base el concepto de representación social. (Costa,2001,p.87)

Esta teoría se basa en referencias para entender mejor la definición de imagen utilizando dos modelos la teoría psicológica de la percepción de la Gestalt y el modelo de comunicación de Shanno

1.3.10 Análisis de la imagen pública

Es la percepción que el entorno tiene de dicha empresa. El concepto de entorno tiene unas dimensiones tan variables como las de la empresa propia. Dentro de la noción de entorno podría incluirse a los medios de comunicación los cuales proyectan una imagen hacia el exterior que conviene tener en cuenta dada la influencia que los medios poseen en las sociedades modernas. En cuanto al análisis del entorno, su objetivo es comprobar la proyección de la imagen de la empresa en dicho entorno. Para ellos es necesario proceder a su configuración, al establecimiento de las dimensiones conceptuales del análisis y, por ultimo establecer la metodología apropiada. En la configuración del entorno cabe distinguir los siguientes ítems: entorno financiero, entorno corporativo, entorno de la comunicación, entorno académico – científico, entorno comercial y entorno del usuario. (Fernandez,2010,p.102)

Este analisis nos habla sobre la percepción en el entorno de las empresas que ayuda a comprobar lo proyectado que puede llegar hacer una imagen para ello es importante su configuración , dimensiones conceptuales y una metodologia apropiada .

1.3.1.1 La imagen corporativa como un valor estratégico

La imagen representa simbólica y visualmente la organización, tiene un valor de estrategia para la empresa, porque define su identidad. En medida que la imagen es principal, debido a un procedimiento comunicativo. La imagen es el resultado de un proceso comunicativo. En ocasiones siempre se sustituye la comunicación acción por comunicación informática, creemos que así facilita la eficacia y eficiencia de dicha comunicación, cuando realmente lo que se está acentuando es la no comunicación dado que solo pueden descifrar el mensaje los que conocen la clave. No podemos negar que la señalética es importante pero siempre acostumbra a suceder para quienes conocen la clave. (Osorio,2009,p.88)

En esta teoría habla de la imagen como símbolo en toda empresa y el gran valor que tiene porque define una identidad además en medida que la imagen es primordial debido a un proceso comunicativo.

1.3.1.2 Identidad corporativa

Existen diversas maneras de definir la identidad corporativa, estas pueden dar como concepciones visuales, hasta fórmulas que dan el énfasis en el resultado perceptual de dicha identidad". (Dowling,2004,p.32)

Este autor define que existen muchas maneras de percibir una identidad corporativa las cuales pueden ser por una visualización de cada persona hasta fórmulas que nos dan una definición más clara sobre identidad corporativa.

“Nos define la identidad corporativa como un conjunto de símbolos que una organización o institución utiliza para darse a conocer ante distintos grupos de personas”. (Capriotti,2012,p.11)

Esta definición sostiene que existe un conjunto de símbolos para hacerse conocidos por diferentes personas .

“Definen la identidad corporativa como la expresión visual , según la visión que siente en si misma y según como es que le encantaria ser vista”. (Selame,1996,p.19)

Este autor habla de una expresión visual, que nos quiere decir que una persona siente o percibe una identidad de acuerdo a su juicio .

1.3.1.3 Teorías de la identidad derivadas de la psicología

“Buscan enfocarse en los esquemas individuales y estructuras de mucho conocimiento que enfatizan, justifican y apoyan los auto-conceptos de los individuos”. (Erikson,2003,p.31)

Resaltando este fragmento este autor nos habla sobre los enfoques individuales de cada individuo y sus auto-conceptos . La imagen corporativa en una simple apreciacion de acuerdo a las empresas se puede resumir como una buena o mala imagen

La imagen corporativa no es lineal; las gente generalmente tienen una idea diferente de acuerdo a las organizaciones, que se puede resumir en una simple apreciacion, como buena o mala imagen.Por tanto resulta conveniente analizar las distintas dimensiones que componen la imagen corporativa, puesto que cada una de ella puede tener repercuciones diferentes en el éxito de las estrategias corporativas. Sin embargo no parece existir concordancia entre los investigadores a la hora de aclarar las dimensiones corporativas, pudiendo encontrarse en la literatura diversas clasificaciones denominadas perscepcion de los publicos para definir 3 dimensiones : Habilidad corporativa: Se refiere a la experiencia en la producción y comercialización,tambien con todo lo que tiene que ver en calidad del producto y del servicio del cliente.Imagen social : Es a base de

la percepción sobre el compromiso corporativo de la sociedad. Imagen estratégica: También se le denomina señales estratégicas o imagen financiera, nos dice de cómo plantear desde un punto de vista de estrategia global corporativo y su planteamiento estratégico, otras dimensiones son: Servicio social, el personal, instalación, acceso al servicio, entorno físico, seguridad, reputación. (Villanueva, 2011, p.55)

Según este autor habla de las dimensiones que componen la imagen corporativa ya que pueden tener repercusiones diferentes en el área de las empresas.

Dimensión cognitiva: Se refiere a cómo es percibida la empresa: la cual es su posición dentro del sector y dentro de un entorno más amplio, cual es el conocimiento personal (del presidente, otros directivos, etc.). cuáles son los sesgos de imagen, cual es el conocimiento diacrónico de la empresa y cuál es la valoración crítica respecto a su evolución, etc.

Dimensión proyectiva : Nos habla sobre la imagen inestructurada que proyecta la empresa y cuyo objetivo es provocar, espontáneamente, juicios, actitudes, opiniones, etc. Sobre la empresa, todo ello de manera muy primaria, de tal forma que pueda identificarse tal proyección con aspectos sociales determinados a los que pertenezca el entrevistado.

Dimensión estructural : Nos habla de la valoración que merece la empresa en cuanto a su gestión, solidez financiera, competencia profesional y comercial, innovación, etc.

Dimensión cultural: Tiene que ver con su cultura organizacional corporativa, sus definiciones diferenciadores respecto a la competencia, sus valores, presunciones, etc. (Larico, 2015, p.49)

En esta teoría nos hablan de 5 dimensiones relacionadas a la imagen corporativa además que hacen referencia a los aspectos o facetas específicas de un concepto que queremos investigar.

1.4 Formulación del problema

¿Como es la imagen corporativa de la municipalidad provincial de Contumazá - Cajamarca 2018?

1.5 Justificación del estudio

Hernández, Fernández y Baptista (2010, pp.40-41), los que nos proponen las siguientes bases

Conveniencia. Esta investigación es conveniente por ser de suma importancia, dado que ayudó a los trabajadores del área administrativa de la Municipalidad Provincial de Contumazá-Cajamarca determinar un buen nivel de imagen corporativa y así poder aumentar su productividad.

Relevancia social. El efecto que generó en la sociedad es positivo ya que los beneficiados fueron los pobladores de Contumazá, ya que el ente municipal tuvo trabajadores mejor preparados y con muchas ganas de querer ver a su municipalidad querida por el pueblo, beneficiando a la ciudadanía en ámbitos administrativos requeridos.

Utilidad metodológica. Con esta investigación se buscó determinar los factores críticos que nos llevó a concluir que, si el nivel de imagen está a la altura de una buena y reconocida municipalidad.

Implicaciones Prácticas. La investigación buscó solucionar el problema de la burocracia excesiva y para ello se determinó que una de las causas seria el bajo nivel de imagen que existe actualmente.

1.6 Hipótesis

Hi: La imagen corporativa de la Municipalidad Provincial de Contumazá-Cajamarca es mala.

1.7 Objetivos

1.7.1 Objetivo general

Determinar la imagen corporativa de la Municipalidad Provincial de Contumazá-Cajamarca 2018.

1.7.2 Objetivos específicos

O₁: Describir la imagen corporativa en cuanto a la habilidad corporativa en la Municipalidad Provincial de Contumazá-Cajamarca 2018.

O₂: Identificar la imagen corporativa de acuerdo a la imagen social que plasma la Municipalidad Provincial de Contumazá-Cajamarca 2018.

O₃: Identificar la imagen corporativa de acuerdo a la reputación que tiene el alcalde de la Municipalidad Provincial de Contumazá-Cajamarca 2018

O₄: Identificar la imagen corporativa en su dimensión entorno físico en la Municipalidad Provincial de Contumazá-Cajamarca 2018

O₅: Diseñar una propuesta de mejora mediante una problemática encontrada.

II.Método

II. Método

2.1 Diseño de Investigación

No experimental debido a que se realizó sin tocar las variables utilizadas. Lo que se hizo en la investigación es observar cómo se dieron los fenómenos en su contexto natural, para después poder analizarlos.

Transversal, porque los datos fueron recogidos en un momento determinado, mediante encuesta donde se obtuvieron resultados.

Descriptiva, porque buscó identificar las características más importantes de la empresa para que sea analizada. Para realizar el análisis se tuvo que recolectar información para poder describir lo que se investigó.

M : 347 pobladores del distrito de contumaza

Ox : Imagen Corporativa

2.2 Variables y Operalización de variables

2.2.1 Variables

2.2.2. Variable Cualitativa

- Imagen Corporativa

Operacionalización de variables

Tabla N° 1. Cuadro de Operalización de Variables

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Imagen Corporativa	La imagen corporativa en una simple apreciación de acuerdo a las empresas se puede resumir como una buena o mala imagen. Villanueva (2011)	Para poder medir el nivel de imagen Corporativa de la municipalidad de contumaza, se utilizará una encuesta.	Habilidad Corporativa	Disponible al cliente Eficiencia de los funcionarios Calidad Tecnológica	Ordinal
			Imagen Social	Compromiso con la sociedad Ejecución de obras sociales Conciencia sobre el medio ambiente	
			Reputación	Factor Político Trayectoria Personal	
			Entorno Físico	Infraestructura Adecuada Ubicación Apropiada Señalizaciones de áreas	

Nota : Dimensiones de Imagen Corporativa según Villanueva (2011)

2.3 Población y Muestra

2.3.1 Población:

Fué conformada por el número total de habitantes en el distrito de Contumazá – Cajamarca.

Los datos fueron extraídos del Censo Nacional 2007: XI de Población y VI de Vivienda, INEI.

Criterios de inclusión :

Habitantes de ambos sexos.

Habitantes de entre 25 a 64 años

Residentes que habitan y viven sólo en el distrito de Contumazá.

Criterios de exclusión :

Habitantes de los pueblos y caserios de alrededor de Contumazá.

Habitantes foráneos y turistas.

Habitantes menores de edad y ancianos de 65 a mas.

2.3.2 Muestra:

La población es finita con un número total de 3551 habitantes. Para la realización del cálculo de la muestra a extraer de la población se utilizó la siguiente formula:

$$\text{Muestra} = \frac{Z^2 * N * p * q}{D^2 - (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

Dónde:

n = Tamaño de muestra

N = Tamaño de la población (3551)

Z = Grado de confiabilidad (1.96)

p = Probabilidad positiva (0.5)

q = Probabilidad negativa (0.5)

D = Margen de error (0.05)

$$\text{Muestra} = \frac{(1.96)^2 * 3551 * 0.5 * 0.5}{0.05^2 * (3551 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$\text{Muestra} = 346.615 = 347$$

Unidad de Análisis: Pobladores del distrito de Contumazá-Cajamarca.

2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

Tabla 1. “*Técnicas e Instrumentos para la recolección de datos*”.

Técnica	Instrumento
Encuesta	Cuestionario

La técnica de investigación de la encuesta se realizó a través del cuestionario, aplicándose a los pobladores del distrito de Contumaza-Cajamarca .

2.4.1 Validez

La encuesta fue validada por tres especialistas:

- **Mg. Gustavo Ugarriza Gross**
- **Mg. Francisco Vigo López**
- **Mg. Caballero Mujica Waldo**

2.4.2 Confiabilidad

Alfa de cronbach según el programa excel, se obtuvo el siguientes cuadro para determinar la validez de los instrumentos de recolección de datos:

K	18
suma VI	15.86
Vt	72.78
alfa	0.83

2.5 Métodos de análisis de datos

Para realizar e interpretar los resultados se utilizó la estadística descriptiva con medidas de tendencias central tablas o figuras, que nos permitió hacer la tabulación de todos los datos recolectados con la aplicación de la encuesta y también se pudo hacer todas las figuras necesarias para hacer una buena interpretación de resultados. Así mismo para medir la Imagen Corporativa se tuvo en cuenta los siguientes niveles donde:

VALOR	NIVELES
1	Nivel malo
2	Nivel poco malo
3	Nivel regular
4	Nivel bueno
5	Nivel muy bueno

2.6 Aspectos Éticos

La investigación contuvo los siguientes aspectos :

- La investigación no contuvo plagio.
- La investigación no alteró resultados.
- La investigación respetó los derechos del autor.
- Los autores fueron citados de acuerdo a las teorías planteadas en la presente investigación.

III.Resultados

III.Resultados

Después de haber aplicado el cuestionario sobre Imagen Corporativa, a los pobladores del distrito de Contumaza-Cajamarca, se presentan los siguientes resultados:

Obj 1. Describir la imagen corporativa en cuanto a la habilidad corporativa en la Municipalidad Provincial de Contumazá-Cajamarca 2018.

Tabla 3.1. Visita con frecuencia la municipalidad

Disponible al cliente	Frecuencia	%
Totalmente de acuerdo	86	25%
De acuerdo	131	38%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	41	12%
En desacuerdo	72	21%
Totalmente en desacuerdo	17	5%
Total	347	100%

Nota: Datos obtenidos de la encuesta aplicada sobre Imagen Corporativa aplicada a los pobladores del distrito de Contumazá.

En la tabla se señala que, el 38% de las personas están en de acuerdo porque tienen gestiones que realizar mientras que el 21% están en desacuerdo ya que se les hace un poco difícil llegar al pueblo.

Tabla 3.2 Los empleadores siempre están a su disposición para cualquier trámite o problema

Disponible al cliente	Frecuencia	%
Totalmente de acuerdo	61	18%
De acuerdo	85	24%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	47	14%
En desacuerdo	117	34%
Totalmente en desacuerdo	37	11%
Total	347	100%

Nota: Datos obtenidos de la encuesta aplicada sobre Imagen Corporativa aplicada a los pobladores del distrito de Contumazá.

En la tabla se señala que, el 34% están en desacuerdo ya que ven que algunos trabajadores no están muy preparados para realizarlos trámites que se solicitan en cambio, solo el 24% están de acuerdo.

Tabla 3.3 Considera que los trabajadores de la Municipalidad son eficientes

Eficiencia de los Funcionarios	Frecuencia	%
Totalmente de acuerdo	59	17%
De acuerdo	87	25%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	46	13%
En desacuerdo	129	37%
Totalmente en desacuerdo	26	7%
Total	347	100%

Nota: Datos obtenidos de la encuesta aplicada sobre Imagen Corporativa aplicada a los pobladores del distrito de Contumazá.

En la tabla se señala que, 37% de los pobladores están en desacuerdo porque ven que los empleadores no están capacitados para las gestiones que se requieren, mientras que el 25 % están de acuerdo porque el trato que se les brinda

Tabla 3.4 Considera que los trabajadores de la Municipalidad hacen su mejor esfuerzo por tramitar los documentos lo mas rápido posible.

Eficiencia de los funcionario	Frecuencia	%
Totalmente de acuerdo	60	17%
De acuerdo	84	24%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	34	10%
En desacuerdo	138	40%
Totalmente en desacuerdo	31	9%
Total	347	100%

Nota: Datos obtenidos de la encuesta aplicada sobre Imagen Corporativa aplicada a los pobladores del distrito de Contumazá.

En la tabla se señala que, el 40% de los pobladores están en desacuerdo ya que según ellos dicen que son demasiados lentos para tramitar alguna gestión, mientras el 24% están de acuerdo ya que no tienen quejas por los trabajadores de la Municipalidad.

Tabla 3.5 Cree usted que debería mejorarse el uso tecnológico en las oficinas principales de la Municipalidad.

Calidad Tecnológica	Frecuencia	%
Totalmente de acuerdo	74	21%
De acuerdo	139	40%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	48	14%
En desacuerdo	72	21%
Totalmente en desacuerdo	14	4%
Total	347	100%

Nota: Datos obtenidos de la encuesta aplicada sobre Imagen Corporativa aplicada a los pobladores del distrito de Contumazá.

En la tabla se señala que, el nos dice que un 40% están de acuerdo en que se debe mejorar el uso tecnológico por las maquinas antiguas que ven, y que el 21% están desacuerdo porque no ven conveniente mejorarla tecnología.

Tabla 3.6 Considera usted que el uso tecnológico en la municipalidad ayuda al avance del pueblo de Contumazá.

Calidad Tecnológica	Frecuencia	%
Totalmente de acuerdo	70	20%
De acuerdo	122	35%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	45	13%
En desacuerdo	92	27%
Totalmente en desacuerdo	18	5%
Total	347	100%

Nota: Datos obtenidos de la encuesta aplicada sobre Imagen Corporativa aplicada a los pobladores del distrito de Contumazá.

En la tabla se señala que, el 35% de la población están de acuerdo ya que ven con buenos ojos un avance en el pueblo contumacino, mientras que el 27% están en desacuerdo ya que prefieren que inviertan en obras o en otras cosas que hacen falta al pueblo.

Obj 2. Identificar la imagen corporativa de acuerdo a la imagen social que plasma la Municipalidad Provincial de Contumazá–Cajamarca 2018.

Tabla 3.7. Considera usted que las obras que prometió el alcalde han sido realizadas.

Compromiso con la sociedad	Frecuencia	%
Totalmente de acuerdo	46	13%
De acuerdo	75	22%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	73	21%
En desacuerdo	114	33%
Totalmente en desacuerdo	39	11%
Total	347	100%

Nota: Datos obtenidos de la encuesta aplicada sobre Imagen Corporativa aplicada a los pobladores del distrito de Contumazá.

En la tabla se señala que, el 33% de los pobladores están en desacuerdo porque no consideran que el alcalde cumplió todo lo que prometió mientras el 22% si están de acuerdo ya que aseguran que el alcalde ha hecho un buen trabajo en obras.

Tabla 3.8 Considera usted que el compromiso del alcalde a con ustedes es positivo.

Compromiso con la sociedad	Frecuencia	%
Totalmente de acuerdo	53	15%
De acuerdo	102	29%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	50	14%
En desacuerdo	115	33%
Totalmente en desacuerdo	27	8%
Total	347	100%

Nota: Datos obtenidos de la encuesta aplicada sobre Imagen Corporativa aplicada a los pobladores del distrito de Contumazá.

En la tabla se señala que, el 33% de los pobladores están en desacuerdo porque creen que ha dejado de lado a ciertos sectores que apoyaron en su campaña mientras el 29% están de acuerdo ya que siempre está en contacto para cualquier ayuda.

Tabla 3.9 Está de acuerdo con la gestión del alcalde en obras realizas hasta ahora.

Ejecución de obras	Frecuencia	%
Totalmente de acuerdo	56	16%
De acuerdo	102	29%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	36	10%
En desacuerdo	109	31%
Totalmente en desacuerdo	44	13%
Total	347	100%

Nota: Datos obtenidos de la encuesta aplicada sobre Imagen Corporativa aplicada a los pobladores del distrito de Contumazá.

En la tabla se señala que, el 31% están en desacuerdo porque creen que el alcalde debería mejorar más el pueblo de Contumazá mientras el 29% están de acuerdo porque según ellos Contumazá ha mejorado mucho desde su primer año hasta ahora.

Tabla 3.10 A su criterio las obras realizadas hasta el día de hoy en Contumaza han servido para el mejoramiento del distrito.

Ejecución de obras	Frecuencia	%
Totalmente de acuerdo	81	23%
De acuerdo	88	25%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	28	8%
En desacuerdo	123	35%
Totalmente en desacuerdo	27	8%
Total	347	100%

Nota: Datos obtenidos de la encuesta aplicada sobre Imagen Corporativa aplicada a los pobladores del distrito de Contumazá.

En la tabla se señala que, el 35% están en desacuerdo dado que hay obras sin terminar eso provoca malestares entre los ciudadanos mientras que el 25% dicen que las obras que ha realizado el alcalde ha servido para que Contumazá sea visto de otra manera.

Tabla 3.11 Recuerda usted haber recibido alguna información charla sobre el medio ambiente

Conciencia sobre el Medio A.	Frecuencia	%
Totalmente de acuerdo	46	13%
De acuerdo	89	26%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	105	30%
En desacuerdo	76	22%
Totalmente en desacuerdo	31	9%
Total	347	100%

Nota: Datos obtenidos de la encuesta aplicada sobre Imagen Corporativa aplicada a los pobladores del distrito de Contumazá.

En la tabla se señala que, el 30% están ni de acuerdo ni en desacuerdo ya que no opinan mucho sobre ese tipo de tema en cambio el 26% si están de acuerdo ya que nos dicen que cuando hay charlas siempre asisten.

Tabla 3.12 Considera usted que la Municipalidad ha reducido la contaminación que afecta al medio ambiente en el distrito de Contumazá

Conciencia sobre el Medio A	Frecuencia	%
Totalmente de acuerdo	50	14%
De acuerdo	119	34%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	47	14%
En desacuerdo	101	29%
Totalmente en desacuerdo	30	9%
Total	347	100%

Nota: Datos obtenidos de la encuesta aplicada sobre Imagen Corporativa aplicada a los pobladores del distrito de Contumazá.

En la tabla se señala que, el 34% de los pobladores están de acuerdo que las gestiones por cuidar el medio ambiente han dado sus frutos mientras el 29% están en desacuerdo ya que existen varios sectores en el cual abunda la basura.

Obj 3. Identificar la imagen corporativa de acuerdo a la reputacion que tiene el alcalde de la Municipalidad Provincial de Contumaza-Cajamarca 2018

Tabla 3.13 Cree usted que la parte política influye mucho en el desarrollo de las gestiones del alcalde

Factor Político	Frecuencia	%
Totalmente de acuerdo	79	23%
De acuerdo	137	39%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	31	9%
En desacuerdo	75	22%
Totalmente en desacuerdo	25	7%
Total	347	100%

Nota: Datos obtenidos de la encuesta aplicada sobre Imagen Corporativa aplicada a los pobladores del distrito de Contumazá.

En la tabla se señala que, el 39% están de acuerdo ya que muchos trabajadores tienen trabajo por ser de la campaña política mientras el 22% en desacuerdo debido a que las plazas se ganan por vocación.

Tabla 3.14 Cree usted que se da más prioridad a la gente del partido político que a los que postulan por plazas

Factor Político	Frecuencia	%
Totalmente de acuerdo	92	27%
De acuerdo	145	42%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	59	17%
En desacuerdo	44	13%
Totalmente en desacuerdo	7	2%
Total	347	100%

Nota: Datos obtenidos de la encuesta aplicada sobre Imagen Corporativa aplicada a los pobladores del distrito de Contumazá.

En la tabla se señala que, el 42% están de acuerdo por la mayoría de trabajadores sin experiencia en varias áreas, mientras el 17% no opinan y están ni de acuerdo ni en desacuerdo.

Tabla 3.15 En estos cuatro años de mandato cree usted que la trayectoria del alcalde ha sido intachable

Trayectoria personal	Frecuencia	%
Totalmente de acuerdo	53	15%
De acuerdo	88	25%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	47	14%
En desacuerdo	125	36%
Totalmente en desacuerdo	34	10%
Total	347	100%

Nota: Datos obtenidos de la encuesta aplicada sobre Imagen Corporativa aplicada a los pobladores del distrito de Contumazá.

En la tabla se señala que, el 36% están en desacuerdo ya que hubo un problema con una minería mientras el 25% están de acuerdo por ser una persona con bases y liderazgo.

Tabla 3.16 Cree usted que toda la trayectoria que ha adquirido el alcalde a lo largo de su vida ha encajado en las gestiones realizadas en su gobierno

Trayectoria personal	Frecuencia	%
Totalmente de acuerdo	56	16%
De acuerdo	108	31%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	47	14%
En desacuerdo	111	32%
Totalmente en desacuerdo	25	7%
Total	347	100%

Nota: Datos obtenidos de la encuesta aplicada sobre Imagen Corporativa aplicada a los pobladores del distrito de Contumazá.

En la tabla se señala que, el 32% están en desacuerdo ya que ven que aún le falta trayectoria al alcalde para liderar a una provincia en cambio el 31% están de acuerdo ya que es un profesional a carta cabal y este metido con el tema político.

**Obj 4. Identificar la imagen corporativa en su dimension entorno fisico en la
Municipalidad Provincial de Contumazá–Cajamarca 2018**

Tabla 3.17 Considera usted que el equipamiento e infraestructura de la Municipalidad es adecuada

Infraestructura adecuada	Frecuencia	%
Totalmente de acuerdo	55	16%
De acuerdo	99	29%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	69	20%
En desacuerdo	101	29%
Totalmente en desacuerdo	23	7%
Total	347	100%

Nota: Datos obtenidos de la encuesta aplicada sobre Imagen Corporativa
Aplicada a los pobladores del distrito de Contumazá

En la tabla se señala que, el 29% están en desacuerdo ya que ven con malos ojos la infraestructura de la municipalidad, mientras el 29% también dijeron tiene la mejor infraestructura de la provincia.

Tabla 3.18 Considera usted que el aspecto externo de la
municipalidad es visiblemente atractivo

Infraestructura adecuada	Frecuencia	%
Totalmente de acuerdo	96	28%
De acuerdo	93	27%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	40	12%
En desacuerdo	90	26%
Totalmente en desacuerdo	28	8%
Total	347	100%

Nota: Datos obtenidos de la encuesta aplicada sobre Imagen Corporativa aplicada a los pobladores del distrito de Contumazá.

En la tabla se señala que, el 28% están totalmente de acuerdo por la facha que se ve de afuera y es de agrado de la gente, mientras el 26% están en desacuerdo por el motivo que el color no es el adecuado.

Tabla 3.19 Considera adecuada la ubicación de la municipalidad

Ubicación apropiada	Frecuencia	%
Totalmente de acuerdo	91	26%
De acuerdo	109	31%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	55	16%
En desacuerdo	69	20%
Totalmente en desacuerdo	23	7%
Total	347	100%

Nota: Datos obtenidos de la encuesta aplicada sobre Imagen Corporativa aplicada a los pobladores del distrito de Contumazá.

En la tabla se señala que, el 31% están de acuerdo por el tema central y que está ubicado en la plaza de armas mientras el 20% están en desacuerdo por el motivo de la lejanía de sus casas.

Tabla 3.20 Cree usted que la ubicación de la Municipalidad es accesible para la ciudadanía

Ubicación apropiada	Frecuencia	%
Totalmente de acuerdo	49	14%
De acuerdo	108	31%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	40	12%
En desacuerdo	115	33%
Totalmente en desacuerdo	35	10%
Total	347	100%

Nota: Datos obtenidos de la encuesta aplicada sobre Imagen Corporativa aplicada a los pobladores del distrito de Contumazá.

En la tabla se señala que, el 33% están en desacuerdo ya que son de caseríos y está muy lejos de sus casas en cambio el 31% están de acuerdo por el motivo de que son de la zona.

Tabla 3.21 Considera usted que están bien señalizadas las áreas en la Municipalidad

Señalizaciones de áreas	Frecuencia	%
Totalmente de acuerdo	72	21%
De acuerdo	100	29%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	45	13%
En desacuerdo	93	27%
Totalmente en desacuerdo	37	11%
Total	347	100%

Nota: Datos obtenidos de la encuesta aplicada sobre Imagen Corporativa aplicada a los pobladores del distrito de Contumazá.

En la tabla se señala que, el 29% están de acuerdo ya que están bien señalizadas las áreas respectivas mientras el 27% están en desacuerdo porque creen que la ubicación no es la correcta.

Tabla 3.22 Cree usted que las señales estan localizadas en los lugares idoneos, permitiendo su clara visualizacion

Señalizaciones de áreas	Frecuencia	%
Totalmente de acuerdo	34	10%
De acuerdo	80	23%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	77	22%
En desacuerdo	115	33%
Totalmente en desacuerdo	41	12%
Total	347	100%

Nota: Datos obtenidos de la encuesta aplicada sobre Imagen Corporativa aplicada a los pobladores del distrito de Contumazá.

En la tabla se señala que, el 33% estan en desacuerdo porque no ven con claridad las señales por el mal estado en que esta, en cambio el 23% estan de acuerdo por el motivo de que ya conocen el ambiente interno.

Tabla 3.23 Para consolidar la información presentada con anterioridad, se detallan los resultados generales obtenidos, para determinar el nivel de imagen corporativa percibida por la población del distrito de Contumazá-Cajamarca

Tabla general	Frecuencia	%
Buena	43	12%
Regular	22	6%
Mala	282	82%
Total	347	100%

Nota: Datos obtenidos de la encuesta aplicada sobre Imagen Corporativa aplicada a los pobladores del distrito de Contumazá.

En la tabla se señala que, de los 347 usuarios encuestados, 282 calificaron a la imagen percibida de la Municipalidad como mala. En tanto que 43 usuarios, calificaron a la imagen como buena, en consecuencia, la imagen percibida por los usuarios de la Municipalidad Provincial de Contumazá-Cajamarca es MALA.

IV.Discusión

IV. Discusión

Este estudio tuvo como propósito conocer la percepción que tienen los pobladores del distrito de Contumazá sobre la imagen corporativa que transmite la Municipalidad Provincial. El análisis descriptivo de la investigación ha permitido recoger resultados importantes en beneficio de la organización.

Las dimensiones habilidad corporativa, imagen social, reputación y entorno físico manifiestan una percepción de imagen negativa de la Municipalidad. En la primera dimensión, que estudia la calidad de servicio al cliente, existe un alto porcentaje de la muestra que señala una mala atención a los pobladores de parte del personal que ahí labora.

Ante este escenario, Knapps y Cobelo (2013) en su tesis Imagen Corporativa del Restaurant Bar San Roque lo describen como una empresa fuerte simbolizada por la tradición donde se destaca un comportamiento amable con muy buena disponibilidad del servicio capaz de mantener a sus clientes por la comida y la presencia de sus propietarios, Lo cual no aplica para la Municipalidad de Contumazá dado que hay muchas quejas en referencia al servicio al cliente.

Respecto a mis resultados aplicados sobre imagen social y sus indicadores compromiso con la sociedad y ejecución de obras sociales los pobladores se sienten aludidos ante las palabras principales del alcalde al referirse a las gestiones de obras para el mejoramiento del distrito, eso corrobora el 33% de los pobladores nos están de acuerdo, el 22% están de acuerdo, 21% ni de acuerdo ni en desacuerdo, 13% totalmente de acuerdo y 11% totalmente en desacuerdo con lo prometido hasta ahora. Por tanto eso reafirma que si no hay una buena comunicación con los pobladores seguirán habiendo gestiones sin terminar. Este resultado se corrobora con lo señalado por Ortiz (2014) en su tesis Construyendo imagen corporativa desde la cultura organizacional en eléctricos y ferretería delta ltda, el objetivo de esta tesis es hacer ver que la imagen corporativa de las organizaciones se fortalecen a través del clima organizacional comunicativa. De igual manera, tenemos que anotar ante la globalización, el éxito de las organizaciones no solo depende de lo económico también existen algunos factores con los que la empresa necesita para su crecimiento : gestión y planificación integral de la imagen corporativa, el cual nos lleva a mejoras estratégicas a seguir, para lograr una imagen corporativa

positiva, que pueda generar valor agregado en el servicio prestado a los clientes y gestión en general, sino que contribuya a la formulación de una personalidad integral que las haga única ante las demás, en especial por los cuadros superiores, con la finalidad de ser modelos para involucrar a los integrantes de éstos negocios para actuar conforme una cultura de comunicación y de cambio estratégico.

En cuanto a la Reputación según las encuestas aplicadas muestran una total desaprobación hacia el alcalde, contradiciendo que una buena imagen no garantiza una buena reputación ya que para lograr esta última se necesita tiempo y gira en torno a todo lo realizado en todo su periodo, esto se ratificó Quiroz (2008) en su libro *Imagen e Identidad corporativa* la imagen corporativa es una idea que determina el público sobre la empresa, dependiendo de las acciones que realice la entidad organizacional. El problema que tenemos que solucionar es que cada persona tiene un pensamiento distinto de lo que es una imagen dentro de una empresa. Así concluye que la gestión de la imagen corporativa representa una tarea permanente.

En cuanto al entorno físico los resultados nos dicen que la mayoría de pobladores están en desacuerdo y no creen que la municipalidad cumple con los requisitos para una buena infraestructura y señalizaciones que existen actualmente eso queda reflejado en las tablas 3.17 y 3.22 donde el 29% no están de acuerdo con su infraestructura y el 33% nos dice que las señalizaciones no están en lugares idóneos.

Larico, 2015 en su trabajo “Dimensión estructural” nos habla de la valoración que merece la empresa en cuanto a su gestión, innovación y reestructuración, etc. En este caso se aplica todo y se ratifica con el autor ya que en el caso de la Municipalidad la gente percibe una valoración con la infraestructura el cual nos muestra que tienen que enfocarse mucho más en eso.

Se aceptó la hipótesis planteada en el estudio ya que según los resultados hallados producto de la investigación de la Imagen Corporativa de la Municipalidad la misma que fue de un nivel malo, ya que los habitantes de dicho pueblo no están conformes con la imagen que les brinda, cabe resaltar que estos problemas son muy constantes en diferentes comunidades del Perú, ante ellos se hace un llamado de atención para los gobiernos por el cambio y más aun por el bienestar de la gente. Por ende se comprueba la hipótesis, la Imagen Corporativa de la Municipalidad Provincial de Contumazá -Cajamarca en el año 2018 es mala en la percepción de los pobladores del Distrito de Contumazá.

V.Conclusiones

V. Conclusiones

5.1 Se concluye que, la imagen corporativa en cuanto a la habilidad corporativa en la Municipalidad Provincial de Contumazá-Cajamarca 2018, el 34% no están a su disposición para tramitar sus gestiones ya que consideran que la atención y el trato hacia los pobladores no es la adecuada ni tampoco la correcta. (Tabla N° 3.2)

5.2 También se concluye que, la imagen corporativa de acuerdo a la imagen social que plasma la Municipalidad Provincial de Contumazá-Cajamarca 2018 es negativa dado que en el tema de compromiso un 33% están en desacuerdo por no haberse cumplido con lo que dijo en el tema de obras, carreteras y otras cosas. (Tablas N° 3.8)

5.3 Además se concluye que, la imagen corporativa de acuerdo a la reputación que tiene el alcalde de la Municipalidad Provincial de Contumazá-Cajamarca 2018 no es muy percibida por los pobladores del distrito ya que el 42% de los pobladores están de acuerdo que las plazas de trabajo se dan a los favoritos del alcalde y no a los que se lo merecen dejando mucho que hablar a los pobladores. (Tabla N° 3.14)

5.4 También se puede concluir que, la imagen corporativa en su dimensión entorno físico en la Municipalidad Provincial de Contumazá-Cajamarca 2018 nos dice que el 29% de la población está en desacuerdo sobre la infraestructura implementada en la Municipalidad. (Tabla N° 3.17)

5.5 Se evidencia una mala percepción de la población estudiada acerca de la imagen corporativa de la Municipalidad Provincial de Contumazá-Cajamarca 2018, por tanto se comprueba la hipótesis alternativa sobre la imagen corporativa que es mala. (Tabla N° 3.23)

VI.Recomendaciones

VI. Recomendaciones

6.1 Recomendar al jefe de Recurso Humanos de la Municipalidad mejorar la habilidad corporativa en sus trabajadores implementando sistemas de rendimiento para los trabajadores así poder ver que trabajador cumplen y no, sus funciones de trabajo.

6.2 Recomendar al alcalde de Contumazá centrarse en cumplir con las obras y gestiones que ayudan al mejoramiento del pueblo, ayudando así al progreso de Contumazá empezando por los lugares más necesitados.

6.3 Recomendaría al alcalde mejorar su reputación, dejándose de favoritismo y dar trabajo a gente capacitada en las plazas que se requiera, para así haya una competencia sana sin ningún tipo de beneficio, sino por temas laborales.

6.4 Recomendar al alcalde de Contumazá tenga una mejor relación con el poblado de Contumazá, ayudando y escuchando sus necesidades, dialogando y explicando las cosas buenas y malas por el mejoramiento del distrito de Contumazá.

6.5 Recomendar a los investigadores y futuros investigadores que en base a los conocimientos y hallazgos propuestos en la presente investigación, profundicen o realicen otros estudios relacionados con la Imagen Corporativa en otras Municipalidades de todo el Perú.

VII. Propuesta

VII.Propuesta

Problemática encontrada

La imagen es la esencia de como nos vemos o como nos ve la gente o opiniones en referencia a eso, ante esto determinar de alguna u otra forma ver como podemos servir de una manera adecuada a las carencias del pueblo como en esta investigación, muchas municipalidades son cuestionadas por el mal manejo que tienen entre ellas las facilidades y la poca capacidad de dirigir y gobernar un pueblo ciudad o una nación.

Son muchos aspectos que catalogan las persona al cuestionar las decisiones, actitudes y el actuar de los alcaldes a nivel del Perú ante esto es bueno dar algunos puntos de vista y tratar de cambiar esta manera de como los pobladores siempre andan con ese sin sabor de que no se hacen las gestiones adecuadas para el mejoramiento de su pueblo.

Con la realización de este trabajo se pretende investigar sobre porque la mala percepción de la imagen corporativa de la Municipalidad Provincial de Contumazá-Cajamarca.

Para ello, comienzo realizando un estudio de las diferentes carencia que nos da posiblemente la mala imagen que nos brinda la municipalidad. Uno de los motivos que nos da es la poca empatía que muestran los trabajadores hacia la gente que acude a realizar sus trámites o quizás una manera de que el alcalde comprenda y analice con mejor cautela las carencias que el pueblo realmente tiene .

Potenciales Soluciones

Vista la realidad problemática, conseguir una mejor Administración en la municipalidad ya sea ágil, económica, innovadora, moderna y totalmente orientada al ciudadano, es una tarea que todos los entes Públicos son conscientes que es necesario. Para ello, son piezas fundamentales aspectos como la motivación, el rendimiento, los procesos de selección y la formación de los empleados públicos.

Ademas de que el alcalde pueda ver de cerca los problemas que acarrear en el pueblo con una buena mentalidad abriéndose antes las ideas,opiniones y cosas que quizas la gente pueda expresar en ese aspecto seria un buen comienzo para el mejoramiento.

Proceso del Plan de Mejora:

Objetivo General

Determinar mejoras en la imagen corporativa de la Municipalidad Provincial de Contumazá-Cajamarca para que cambie esa mala imagen que los pobladores tienen.

Objetivo Especifico

- Proveer estrategias de optimización de trabajo, para la satisfacción del personal.
- Determinar el porqué la mala imagen corporativa de la Municipalidad.
- Analizar ideas, estrategias y mejor relacion del alcalde con los habitantes del pueblo contumacino

Estrategias

Las estrategias a emplear son:

- Implantación de grupos de mejora entre los colaboradores.
- Aplicación de metodología de gestión de procesos.
- Crear organizaciones y juntas de los pobladores para charlar con el alcalde de las carencias del pueblo y las necesidades que todos tienen en los aspectos mas críticos.

Metas

Que los pobladores de distrito de Contumazá cambien de opinión acerca de la imagen corporativa de la Municipalidad apoyando y respaldando las decisiones del alcalde para el mejoramiento de Contumazá.

Actividades

Se realizaran en 3 fases :

En la primera fase Se realizará un estudio del marco teórico que sustenta el tema elegido: Imagen Corporativa de la Municipalidad Provincial de Contumazá -Cajamarca en el año 2018.

En la segunda fase Se planteará una investigación sobre el estado de la cuestión a través de la realización de una entrevista a una muestra representativa de pobladores de distrito de Contumazá.

En la tercera fase se analizarán las respuestas obtenidas y se extraeran las conclusiones adecuadas.

Cronograma

Actividades	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.
Presentar un plan de capacitación y desarrollo de recursos humanos.					
Hacer una convocatoria a todas las juntas y organizaciones para el planteamiento que se trato.					
Aprobación del presupuesto por parte de la gerencia de administración y finanzas					
Desarrollo de las actividades					

Recursos y Presupuesto:

Humanos

Lo conforman los participantes, facilitadores y expositores especializados en la materia, como: abogados, licenciados en administración, contadores, Psicólogos, etc.

Materiales

Infraestructura. Las actividades de capacitación se desarrollarán en ambientes adecuados proporcionados por la Gerencia Municipal de La Municipalidad.

Mobiliario, Equipo y Otros. Está conformado por sillas, carpetas y mesas de trabajo, pizarra, plumones, portafolio, equipo multimedia, TV-DVD.

Documentos Técnico – Educativo. Entre ellos tenemos: certificados, encuestas de evaluación, material de estudio, etc.

Financiamiento El monto de inversión, será financiada con lo presupuestado por La Municipalidad.

Responsables El responsable es el área de Gerencia de Personal de la Municipalidad Provincial de Contumazá.

Conclusiones

- Se concluye que , al promover la adquisicion de conocimientos y desarrollo de habilidades requeridas, habra mejor atencion y la imagen cambiara en la perspectiva de los pobladores.
- Se concluye que, al determinar la mala imagen que tiene la municipalidad se basó en la falta de atencion y descuido con los pobladores, originando la mala imagen que ellos aprecian.
- Se concluyó tambien , la falta de compromiso con los pobladores dado el fastidio y enojo sobre todo ante gestiones que aun no se realizan afectando a todo el pueblo Contumacino.
- Finalmente se concluyó que, al determinar mejoras para cambiar la imagen de la municipalidad se debe tomar conciencia siempre a quien darle su voto, esta en el pueblo elegir bien y tener paciencia ante cualquier gobierno.

VIII. Referencias

VIII. Referencias

Ayala, R. (2011). *Imagen Corporativa y perspectivas de gestión*. Buenos Aires. Editorial: Cengage Learnign, 10ma Ed.

Chaves, N. (2007). *La imagen corporativa*. Teoría y práctica de la identificación institucional. Editorial Gustavo Gili SL. 1ra^a Ed

De Chilet, T., Soles, A. (2013). *Influencia de la cultura organizacional en la imagen corporativa del Centro de Capacitación del Gobierno Regional La Libertad - 2013* en la Universidad Privada Antenor Orrego. Perú.

Del Águila (2016) *Calidad de servicio e imagen corporativa percibida por los usuarios de la Municipalidad Provincial de Trujillo, año 2016*. Universidad Cesar Vallejo

Gamboa (2013) *Estudio descriptivo acerca de la imagen corporativa en instituciones de salud públicas y privadas desde el punto de vista de las(os) enfermeras(os) y encargados(as) de selección de personal* . Universidad de Chile .

Limón, M. (2008). *Imagen corporativa. Estrategia organizacional de comunicación interna*. México. Editorial Trillas. 1ra Ed.

Ortiz (2014) *Construyendo imagen corporativa desde la cultura organizacional en electricos y ferreteria delta ltda*. PONTIFICIA Universidad Pontifica Javeriana

Paul Capriotti (1999) *Planificación estratégica de la Imagen Corporativa* Editorial, Castellano

Paul Capriotti (2009) *Branding Corporativa Fundamentos para la gestión estratégica de la Identidad Corporativa*. España, Editorial castellano

Quispe (2014) *Clima laboral y percepcion de la imagen corporativa en el instituto de educacion superior tecnologico publico*

Sanchez, J., Pintado, T. (2009). *Imagen Corporativa*, Influencia en la Gestión Empresarial. Madrid: ESIC, 9na. ed.

Sánchez (2014) *La relación entre la comunicación interna y la imagen percibida por los usuarios de la municipalidad distrital de chocope – 2014* . Universidad Privada Antenor Orrego

Villafañe, J. (2008). *La gestión profesional dela Imagen Corporativa*. Madrid. Ediciones Pirámide Grupo Anaya: 8va. ed.

Anexos

ANEXO 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA

Planteamiento del problema	Objetivos	Hipótesis	Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Escala de medición
¿Cuál es la imagen corporativa de la municipalidad provincial de Contumazá - Cajamarca 2018?	Objetivo general.						
	Determinar la imagen corporativa de la Municipalidad Provincial de Contumazá-Cajamarca	La imagen corporativa de la Municipalidad Provincial de Contumazá-Cajamarca es mala.	Imagen Corporativa	La imagen corporativa no es lineal; las gente generalmente tienen una idea diferente de acuerdo a las empresas, que se puede resumir en una simple apreciación, como buena o mala imagen. Villanueva (2011)	Para poder medir el nivel de imagen Corporativa de la municipalidad de contumaza, se utilizará una encuesta.	Habilidad Corporativa	Ordinal
	Objetivos Específicos.						
	O1: Describir la imagen corporativa e imagen social en la Municipalidad de Contumazá-Cajamarca 2018					Imagen Social	
	O2: Identificar la imagen corporativa e imagen social que plasma la Municipalidad de Contumazá-Cajamarca 2018					Entorno Físico	
	O3: Identificar la imagen corporativa e entorno físico en la Municipalidad de Contumazá-Cajamarca 2018					Reputación	

ANEXO 2: INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN

Cuestionario de imagen corporativa(Pobladores del distrito de Contumazá)

Introduccion

Este cuestionario es parte de un trabajo de investigación orientado a determinar la imagen corporativa de la municipalidad de Contumazá-Cajamarca por parte de los pobladores de dicha Provincia, cuyos resultados contribuyeron a mejorar el servicio ofrecido a la comunidad. Le agradecemos responder a las preguntas con la mayor sinceridad posible. El cuestionario es personal y anónimo.

Datos generales

Edad:

VALOR	NIVELES
1	Nivel malo
2	Nivel poco malo
3	Nivel regular
4	Nivel bueno
5	Nivel muy bueno

Cuestionario de imagen corporativa(Pobladores del distrito de Contumazá)

Introduccion

El presente cuestionario es parte de un trabajo de investigación orientado a determinar la imagen corporativa de la municipalidad de Contumazá-Cajamarca por parte de los pobladores de dicha Provincia, cuyos resultados contribuirán a mejorar el servicio ofrecido a la comunidad. Le agradecemos responder a las preguntas con la mayor sinceridad posible. El cuestionario es personal y anónimo.

Datos generales

Edad:

INSTRUCCIONES: Lea detenidamente la lista de preguntas y declaraciones, marque con un aspa (x) la alternativa que considera pertinente

1) ¿ Visita con frecuencia la Municipalidad?

- a. Totalmente de acuerdo
- b. De acuerdo
- c. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- d. En desacuerdo
- e. Totalmente en desacuerdo

2) ¿Los empleadores siempre están a su disposición para cualquier trámite o problema?

- a. Totalmente de acuerdo
- b. De acuerdo
- c. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- d. En desacuerdo
- e. Totalmente en desacuerdo

- 3) ¿Considera que los trabajadores de la Municipalidad son eficientes?
- a. Totalmente de acuerdo
 - b. De acuerdo
 - c. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
 - d. En desacuerdo
 - e. Totalmente en desacuerdo
- 4) ¿Considera que los trabajadores de la Municipalidad hacen su mejor esfuerzo por tramitar los documentos lo más rápido posible?
- a. Totalmente de acuerdo
 - b. De acuerdo
 - c. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
 - d. En desacuerdo
 - e. Totalmente en desacuerdo
- 5) ¿Cree usted que debería mejorarse el uso tecnológico en las oficinas principales de la Municipalidad?
- a. Totalmente de acuerdo
 - b. De acuerdo
 - c. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
 - d. En desacuerdo
 - e. Totalmente en desacuerdo
- 6) ¿Considera usted que el uso tecnológico en la Municipalidad ayuda al avance del pueblo de Contumaza?
- a. Totalmente de acuerdo
 - b. De acuerdo
 - c. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
 - d. En desacuerdo
 - e. Totalmente en desacuerdo

- 7) ¿Considera usted que las obras que prometió el alcalde han sido realizadas?
- a. Totalmente de acuerdo
 - b. De acuerdo
 - c. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
 - d. En desacuerdo
 - e. Totalmente en desacuerdo
- 8) ¿Considera usted que el compromiso del alcalde a con ustedes es positivo?
- a. Totalmente de acuerdo
 - b. De acuerdo
 - c. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
 - d. En desacuerdo
 - e. Totalmente en desacuerdo
- 9) ¿Está de acuerdo con la gestión del alcalde en obras realizadas hasta ahora?
- a. Totalmente de acuerdo
 - b. De acuerdo
 - c. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
 - d. En desacuerdo
 - e. Totalmente en desacuerdo
- 10) ¿A su criterio las obras realizadas hasta el día de hoy en Contumazá han servido para el mejoramiento del distrito?
- a. Totalmente de acuerdo
 - b. De acuerdo
 - c. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
 - d. En desacuerdo
 - e. Totalmente en desacuerdo

11) ¿Recuerda usted haber recibido alguna información charla sobre el medio ambiente?

- a. Totalmente de acuerdo
- b. De acuerdo
- c. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- d. En desacuerdo
- e. Totalmente en desacuerdo

12) ¿Considera usted que la Municipalidad ha reducido la contaminación que afecta al medio ambiente en el distrito de Contumazá?

- a. Totalmente de acuerdo
- b. De acuerdo
- c. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- d. En desacuerdo
- e. Totalmente en desacuerdo

13) ¿Cree usted que la parte política influye mucho en el desarrollo de las gestiones del alcalde?

- a. Totalmente de acuerdo
- b. De acuerdo
- c. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- d. En desacuerdo
- e. Totalmente en desacuerdo

14) ¿Cree usted que se da más prioridad a la gente del partido político que a los que postulan por plazas?

- a. Totalmente de acuerdo
- b. De acuerdo
- c. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- d. En desacuerdo
- e. Totalmente en desacuerdo

15) ¿En estos cuatro años de mandato cree usted que la trayectoria del alcalde ha sido intachable?

- a. Totalmente de acuerdo
- b. De acuerdo
- c. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- d. En desacuerdo
- e. Totalmente en desacuerdo

16) ¿Cree usted que toda la trayectoria que ha adquirido el alcalde a lo largo de su vida ha encajado en las gestiones realizadas en su gobierno?

- a. Totalmente de acuerdo
- b. De acuerdo
- c. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- d. En desacuerdo
- e. Totalmente en desacuerdo

17) ¿Considera usted que el equipamiento e infraestructura de la Municipalidad es adecuada?

- a. Totalmente de acuerdo
- b. De acuerdo
- c. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- d. En desacuerdo
- e. Totalmente en desacuerdo
- f.

18) ¿Considera usted que el aspecto externo de la Municipalidad es visiblemente atractivo?

- a. Totalmente de acuerdo
- b. De acuerdo
- c. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- d. En desacuerdo
- e. Totalmente en desacuerdo

19) ¿Considera adecuada la ubicación de la municipalidad?

- a. Totalmente de acuerdo
- b. De acuerdo
- c. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- d. En desacuerdo
- e. Totalmente en desacuerdo

20) ¿Cree usted que la ubicación de la Municipalidad es accesible para la ciudadanía?

- a. Totalmente de acuerdo
- b. De acuerdo
- c. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- d. En desacuerdo
- e. Totalmente en desacuerdo

21) ¿Considera usted que están bien señalizadas las áreas en la Municipalidad?

- a. Totalmente de acuerdo
- b. De acuerdo
- c. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- d. En desacuerdo
- e. Totalmente en desacuerdo

22) ¿Cree usted que las señales están localizadas en los lugares idóneos, permitiendo su clara visualización o percepción?

- a. Totalmente de acuerdo
- b. De acuerdo
- c. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- d. En desacuerdo
- e. Totalmente en desacuerdo

ANEXO 3: ALFA DE CRONBACH

[illegible]

ANEXO 4: MATRIZ DE VALIDACION

TÍTULO DE LA TESIS:

Imagen Corporativa de la Municipalidad Provincial de Contumazá-Cajamarca en el año 2018

MATRIZ DE VALIDACIÓN

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEMS	OPCIÓN DE RESPUESTA			CRITERIOS DE EVALUACIÓN												OBSERVACIÓN Y/O RECOMENDACIONES
				Siempre	A veces	Nunca	RELACIÓN ENTRE LA VARIABLE Y LA DIMENSIÓN		RELACIÓN ENTRE LA DIMENSIÓN Y EL INDICADOR		RELACIÓN ENTRE EL INDICADOR Y EL ITEMS		RELACIÓN ENTRE EL ITEMS Y LA OPCIÓN DE RESPUESTA						
							SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO			
Actitudes de docentes frente al uso de las Tecnologías de Información y Comunicación	Habilidad Corporativa	Disponible al cliente					✓		✓		✓		✓						
		Eficiencia de los funcionarios					✓		✓		✓		✓						
		Calidad Tecnológica					✓		✓		✓		✓						
	Imagen Social	Compromiso con la sociedad					✓		✓		✓		✓						
		Ejecución de obras sociales					✓		✓		✓		✓						
		Conciencia sobre el medio ambiente					✓		✓		✓		✓						
	Entorno físico	Infraestructura Adecuada					✓		✓		✓		✓						
		Ubicación Apropiada					✓		✓		✓		✓						
		Señalizaciones de areas					✓		✓		✓		✓						
							✓		✓		✓		✓						



FIRMA DEL EVALUADOR
M6. GUSTAVO UGARRIZA 62055

MATRIZ DE VALIDACIÓN

TÍTULO DE LA TESIS:
Imagen Corporativa de la Municipalidad Provincial de Contumazá-Cajamarca en el año 2018

Actitudes de docentes frente al uso de las Tecnologías de Información y Comunicación				VARIABLE											
Entorno físico		Imagen Social	Habilidad Corporativa	DIMENSIÓN											
		INDICADOR	ITEMS	OPCIÓN DE RESPUESTA			CRITERIOS DE EVALUACIÓN						OBSERVACIÓN V/O RECOMENDACIONES		
				Siempre			RELACIÓN ENTRE LA VARIABLE Y LA DIMENSIÓN		RELACIÓN ENTRE LA DIMENSIÓN Y EL INDICADOR		RELACIÓN ENTRE EL INDICADOR Y EL ITEM		RELACIÓN ENTRE EL ITEM Y LA OPCIÓN DE RESPUESTA		
				A veces			SI		NO		SI		NO		
				Nunca			SI		NO		SI		NO		
Disponble al cliente						/		/		/		/		/	
Eficiencia de los funcionarios						/		/		/		/		/	
Calidad Tecnológica						/		/		/		/		/	
Compromiso con la sociedad						/		/		/		/		/	
Ejecución de obras sociales						/		/		/		/		/	
Conciencia sobre el medio ambiente						/		/		/		/		/	
Infraestructura Adecuada						/		/		/		/		/	
Ubicación Apropriad						/		/		/		/		/	
Señalizaciones de areas						/		/		/		/		/	


FIRMA DEL EVALUADOR
12/09/2018

MATRIZ DE VALIDACIÓN

TÍTULO DE LA TESIS:
Imagen Corporativa de la Municipalidad Provincial de Contumazá-Cajamarca en el año 2018

Imagen Corporativa			VARIABLE															
Entorno físico		Imagen Social	Habilidad Corporativa	DIMENSIÓN														
				INDICADOR														
				ITEMS														
			Siempre	A veces	Nunca	RELACION ENTRE LA VARIABLE Y LA DIMENSION	SI	NO	RELACION ENTRE LA DIMENSION Y EL INDICADOR	SI	NO	RELACION ENTRE EL INDICADOR Y EL ITEMS	SI	NO	RELACION ENTRE EL ITEMS Y LA OPCION DE RESPUESTA	SI	NO	OBSERVACIÓN Y/O RECOMENDACIONES
		Compromiso con la sociedad				/			/			/			/			
		Ejecución de obras sociales				/			/			/			/			
		Conciencia sobre el medio ambiente				/			/			/			/			
		Infraestructura Adecuada				/			/			/			/			
		Ubicación Apropriadada				/			/			/			/			
		Señalizaciones de areas				/			/			/			/			


FIRMA DEL EVALUADOR